Agriculture and Agri-Food Canada | Agriculture et Agroalimentaire Canada

Canada

SECRÉTARIAT DE L'ACCÈS AUX MARCHÉS
Rapport d'analyse mondiale

Série sur l'innovation des produits

Nouvelles boissons en Chine

Avril 2017

Résumé

- À l'échelle mondiale, 14 872 boissons ont été introduites sur le marché entre janvier 2006 et décembre 2016, dont 40 % constituaient des lancements de nouveaux produits touchant les catégories des boissons chaudes, des boissons aux fruits et des boissons alcoolisées.
- Coca-Cola, PepsiCo et Dingjin Food sont les entreprises qui ont lancé le plus de boissons. Coca-Cola a lancé 291 boissons, dont 88 % constituaient des produits entièrement nouveaux, de nouvelles gammes et de nouveaux éléments de variétés.
- Au cours de la période d'examen, l'utilisation de l'avoine et de l'orge dans les boissons a augmenté rapidement, plus de la moitié des nouveaux produits ayant été introduits entre 2013 et 2016.
- Les principales allégations des boissons ayant été lancées en Chine concernaient généralement des allégations en matière de santé et d'aspect pratique, notamment aucun additif/agent de conservation, teneur faible/nulle/réduite en sucre et temps/rapidité.

Table des matières

Résumé 1
Introduction 2
Catégories de produits 2
Allégations santé des produits 6
Entreprises et marques 6
Boissons contenant de l'avoine et de l'orge 7
Exemples de nouveaux produits 9
Pour un complément d'information 11
Ressources 11

Rapports connexes

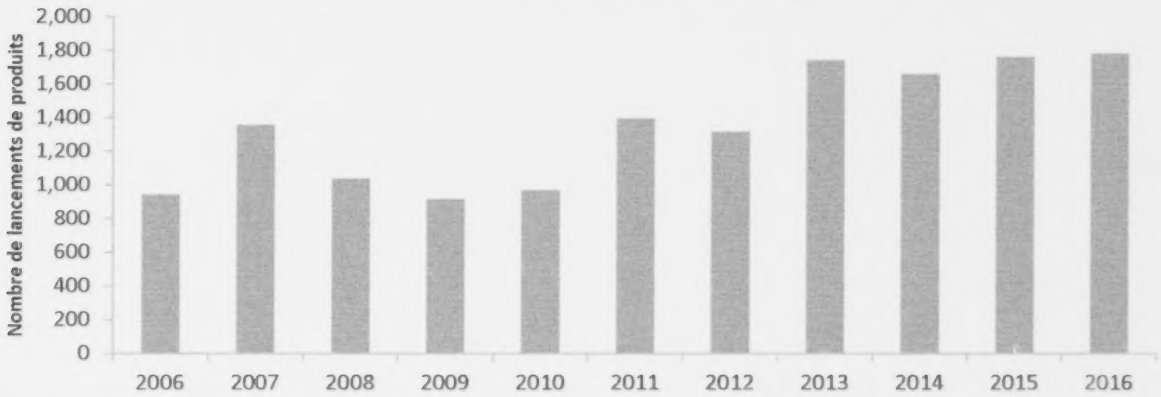
- Nouveaux produits contenant de la propolis – 2016
- Nouveaux produits contenant des aliments à base de légumineuses en Chine – 2016

Introduction

Selon Mintel, de janvier 2006 à décembre 2016, 14 872 produits de boissons ont été lancés en Chine. Du nombre total des produits lancés, 50 % étaient nouveaux, tandis que 30 % étaient de nouvelles variétés/ nouveaux éléments de gamme, et 20 % constituaient de nouveaux emballages, de nouvelles formulations et des remises en marché.

La Figure 1 illustre la croissance des lancements de boisson en Chine au cours de la période d'examen de 10 ans. Le plus grand nombre de lancements de produits a eu lieu en 2016 avec un total de 1 781, dont la plupart constituaient des lancements de produits entièrement nouveaux.

Boissons lancées en Chine de janvier 2006 à décembre 2016



Source : Mintel 2017.

Catégories de produits

Les catégories de produits ayant enregistré le plus de lancements de boissons sont les boissons chaudes, les boissons aux fruits, les boissons alcoolisées, les autres boissons (y compris les mélanges pour boissons/concentrés de boissons, les boissons nutritives et les boissons substituts de repas) et les boissons prêtes à boire (BPB).

Boissons chaudes

- 4 310 nouveaux produits de boissons chaudes ont été lancés en Chine au cours de la période d'examen.
- Le thé constituait la principale sous-catégorie avec un total de 3 120 lancements de boissons, ce qui représentait 72 % de la catégorie des boissons chaudes.
- Les boissons maltées, les autres boissons chaudes et le café comptaient pour 27,6 % de la catégorie des boissons chaudes.

Boissons aux fruits

- 4 247 boissons aux fruits ont été lancées au cours de la période d'examen.
- Les boissons plates aux fruits/aromatisées dominaient la catégorie avec 2 420 lancements de produit, représentant plus de 50 % de la catégorie des jus.
- Les nectars et les jus ne comptaient que pour 43 % de la catégorie.

Boissons alcoolisées

- 1 520 boissons alcoolisées ont été lancées au cours de la période d'examen.
- La sous-catégorie de la bière est celle qui a enregistré les lancements les plus importants, comme

en témoignent les 804 lancements de produits.

- Les boissons alcoolisées aromatisées, les autres spiritueux et les vins fortifiés et autres vins comptaient pour 37 % des lancements de produits dans la catégorie.

Autres boissons

- 1 238 autres boissons ont été lancées au cours de la période d'examen.
- Les boissons substitut de repas et autres boissons sont celles qui ont enregistré le plus de lancements et comptaient pour 48 % des lancements des catégories avec 657 lancements de produits.
- Les mélanges pour boissons et les concentrés de boissons combinés représentaient 52 % de la catégorie des lancements.

Boissons prêtes à boire (BPB)

- 1 238 boissons prêtes à boire ont été lancées au cours de la période d'examen de 10 ans.
- Les lancements de produit, pour la plupart, touchaient le thé glacé prêt à boire avec 1 046 lancements.
- Les lancements de café glacé prêt à boire ne représentaient que 16 % des lancements de la catégorie.

Eau

- 999 produits contenant de l'eau ont été lancés au cours de la période d'examen.
- L'eau aromatisée ne comptait que pour une mince portion de la catégorie avec 186 lancements au cours de la période d'examen de 10 ans.

Boissons gazeuses non alcoolisées

- 755 produits non alcoolisés ont été lancés au cours de la période d'examen.
- En moyenne, on a constaté 69 lancements de produits non alcoolisés par année tout au long de la période d'examen. Toutefois, l'année 2015 a connu une augmentation importante du nombre de lancements avec un total de 100 produits lancés au cours de l'année en question.

Boissons pour sportifs et énergisantes

- 444 boissons pour sportifs et énergisantes ont été lancées tout au long de la période d'examen.
- Le nombre total de lancements de boissons énergisantes était légèrement supérieur à celui des boissons pour sportifs, soit 238 comparativement à 206.
- Au cours de la période d'examen, la catégorie a connu une augmentation importante des lancements, passant de 19 lancements de produits en 2006 à 92 en 2015.

Principales catégories de lancements de boissons et leurs principales sous-catégories en Chine, de janvier 2006 à décembre 2016

Catégorie	Sous-catégorie	Nombre de produits
Boissons chaudes	Thé	3 120
	Boissons maltées et autres boissons chaudes	695
	Café	495
Boissons aux fruits	Boissons plates aux fruits/aromatisées	2 420
	Nectars	1 210
	Jus	617
Boissons alcoolisées	Bière	804
	Boissons alcoolisées aromatisées	255
	Autres spiritueux	195
Autres boissons	Boissons substitut de repas et autres boissons	657
	Mélanges pour boissons	474
	Concentrés de boissons	228
Boissons prêtes à boire	Thé prêt à boire (glacé)	1 046
	Café prêt à boire (glacé)	192
Eau	Eau	813
	Eau aromatisée	186
Boissons gazeuses non alcoolisées	Boissons gazeuses non alcoolisées	755
Boissons pour sportifs et énergisantes	Boissons énergisantes	238
	Boissons pour sportifs	206

Source : Mintel, 2017.

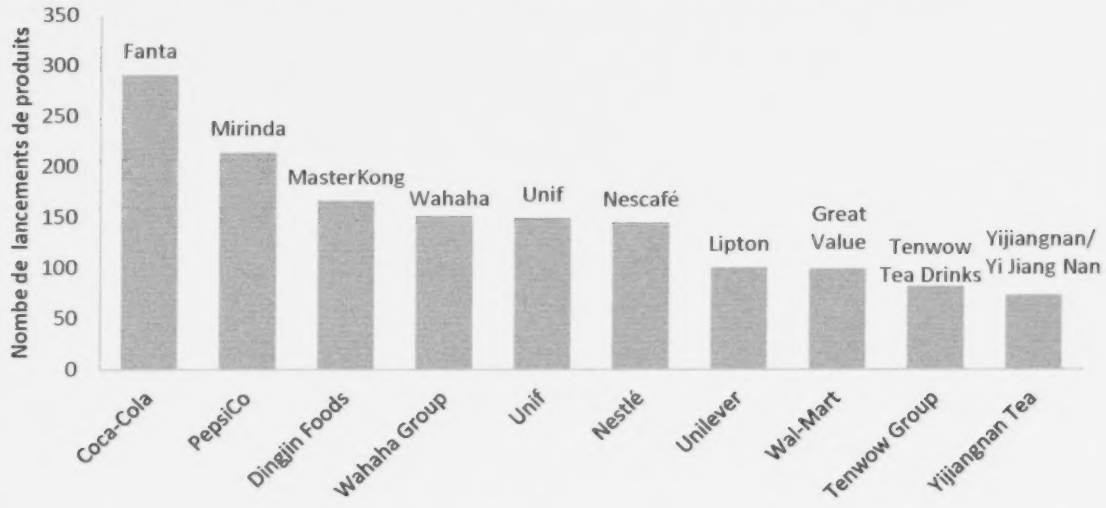
Entreprises

Au cours de la période d'examen, 100 entreprises chinoises ont lancé des produits à boire. Coca-Cola, PepsiCo et Dingjin Food ont été les entreprises qui ont lancé le plus de produits. Coca-Cola a lancé 291 boissons dont 88 % étaient des lancements de produits entièrement nouveaux, de nouvelles gammes et de nouveaux éléments de variétés. En moyenne, Coca-Cola a lancé 26 boissons par année tout au long de la période d'examen, dont la plupart constituaient des boissons gazeuses, des boissons plates aux fruits/aromatisées, des boissons contenant de l'eau et du thé glacé prêt à boire.

PepsiCo a été la deuxième plus grande entreprise à avoir lancé des boissons, comme en font foi ses 214 lancements de produits. Les boissons de PepsiCo, pour la plupart, ont été remises en marché à la lumière d'innovation touchant les nouveaux emballages qui représentait 69 % des lancements de l'entreprise. Les autres lancements s'appliquaient à de nouveaux produits, de nouvelles variétés et de nouveaux éléments de gamme.

La troisième plus grande entreprise était Dingjin Food, une entreprise nationale qui a procédé à 166 lancements de produits au cours de la période d'examen. Plus de 38 % des produits de Dingjin Food constituaient des lancements de nouveaux produits, tandis que les autres lancements prenaient la forme de remises en marché motivées par un processus d'innovation en matière d'emballage. Les boissons de l'entreprise, pour la plupart, touchaient les catégories des boissons prêtes à boire (89) et des boissons aux fruits (68).

Principales entreprises et leurs principales marques, de janvier 2006 à décembre 2016



Source : Mintel 2017.

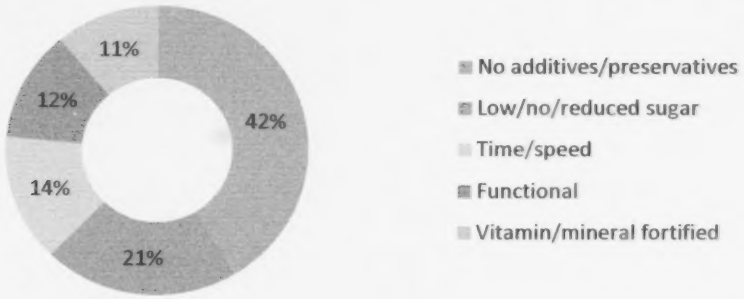
Principales catégories visées par des lancements de boissons et leurs principales entreprises en Chine, de janvier 2006 à décembre 2016

Catégorie	Entreprise	Nombre de produits
Boissons chaudes	Nestlé	87
	Unilever	79
	Yijiangnan Tea	73
Boissons aux fruits	Coca-Cola	77
	Dingjin Foods	68
	Unif	58
Boissons alcoolisées	Tsingtao Brewery	60
	Budweiser Wuhan International Brewing	56
	China Resources Snow Breweries	50
Autres boissons	Kraft Foods	23
	Nestlé	22
	Chuang Kang Food & Beverage	19
Boissons prêtes à boire	Dingjin Foods	89
	Unif	83
	Tenwow Group	51
Eau	Coca-Cola	24
	Wahaha Group	20
	Qingdao Laoshan Spring Water	17
Boissons gazeuses non alcoolisées	Coca-Cola	160
	PepsiCo	146
	Wahaha Group	24
Boissons pour sportifs et énergisantes	Robust Food & Beverage	28
	En-Snow Foods	21
	Jianlibao Group	16
	Total des produits lancés	14 872

Source : Mintel, 2017.

Allégations santé des produits

Les principales allégations santé associées aux boissons ayant été lancées en Chine concernaient généralement les allégations en matière de santé et d'aspect pratique, notamment aucun additif/agent de conservation, teneur faible/nulle/réduite en sucre et temps/rapidité. Toutes ces allégations sont en lien avec les tendances à la hausse des consommateurs à la recherche d'aliments et de boissons sains et à préparation rapide.



Libellé de la Figure
Aucun additif/agent de conservation, Teneur faible/nulle/réduite en sucre, Temps/rapidité, Fonctionnelles, Enrichies de vitamines/minéraux.

Principales catégories et leurs principales allégations en Chine, de janvier 2006 à décembre 2016

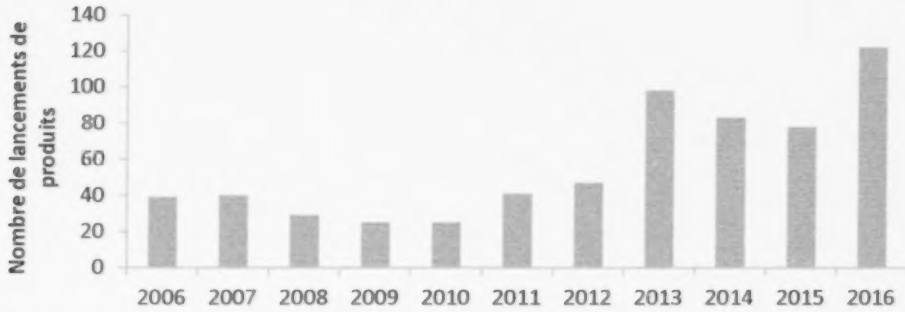
Catégorie	Allégation	Nombre de produits
Boissons chaudes	Temps/rapidité	622
	Aucun additif/agent de conservation	390
	Facilité d'utilisation	225
Boissons aux fruits	Aucun additif/agent de conservation	1 236
	Teneur faible/nulle/réduite en sucre	414
	Fonctionnelles	161
Boissons alcoolisées	Première qualité	113
	Médias sociaux	52
	Éthique – produit écologique	45
Autres boissons	Aucun additif/agent de conservation	205
	Teneur faible/nulle/réduite en sucre	153
	Fonctionnelles	125
Boissons prêtes à boire	Aucun additif/agent de conservation	234
	Teneur faible/nulle/réduite en sucre	187
	Médias sociaux	66
Eau	Teneur faible/nulle/réduite en sucre	88
	Enrichies de vitamines/minéraux	50
	Éthique – emballage écologique	35
Boissons gazeuses non alcoolisées	Teneur faible/nulle/réduite en calories	59
	Teneur faible/nulle/réduite en sucre	58
	Promotion d'une activité	49
Boissons pour sportifs et énergisantes	Enrichies de vitamines/minéraux	138
	Fonctionnelles	83
	Aucun additif/agent de conservation	34

Source: Mintel, 2017.

Boissons contenant de l'avoine et de l'orge

Au cours de la période d'examen de 10 ans, 627 boissons contenant de l'avoine et de l'orge ont été lancées en Chine. La plupart des boissons ont été lancées dans les catégories des boissons chaudes, des boissons alcoolisées et autres boissons (p. ex., boissons substitut de repas, concentrés de boissons, etc.). Plus de la moitié des lancements de boissons constituaient des lancements de nouveaux produits tandis que 18 % étaient de nouveaux emballages et des remises en marché. Les entreprises qui ont lancé le plus grand nombre de produits contenant de l'avoine et de l'orge étaient AB Food & Beverages, Nestlé et Shanghai Yinglian Foods & Beverage.

Lancements de boissons contenant de l'avoine et de l'orge en Chine, de janvier 2006 à décembre 2016



Source :Mintel 2017.

Principale catégorie de boissons contenant de l'avoine et de l'orge et ses sous-catégories, de janvier 2006 à décembre 2016

Catégorie	Sous-catégorie	Nombre de produits
Boissons chaudes	Boissons maltées et autres boissons chaudes	257
	Thé	83
	Café	13
Boissons alcoolisées	Bière	110
	Autres spiritueux	29
	Liqueur	6
	Boissons alcoolisées aromatisées	5
	Vodka	5
Autres boissons	Boissons substitut de repas et autres boissons	27
	Concentrés de boissons	19
	Mélanges pour boissons	15
Boissons prêtes à boire	Thé prêt à boire (glacé)	21
	Café prêt à boire (glacé)	2
Boissons aux fruits	Boissons plates aux fruits/aromatisées	17
	Nectars	3
	Jus	1
Boissons gazeuses non alcoolisées	Boissons gazeuses non alcoolisées	7
Boissons pour sportifs et énergisantes	Boissons énergisantes	3
	Total des produits lancés	627

Principales entreprises de boissons contenant de l'avoine et de l'orge et leurs sous-catégories, de janvier 2006 à décembre 2016

Entreprise	Sous-catégorie	Nombre de produits
AB Food & Beverages	Boissons maltées et autres boissons chaudes	17
	Thé	1
	Mélanges pour boissons	1
Nestlé	Boissons maltées et autres boissons chaudes	16
	Café	1
Shanghai Yinglian Foods & Beverage	Boissons maltées et autres boissons chaudes	11
Guangdong Black Cow Foods Industry Co	Boissons maltées et autres boissons chaudes	8
	Thé	1
Diageo	Liqueur	4
	Vodka	2
	Bière	1
Huang He Well-Brew Beer	Bière	6
	Boissons gazeuses non alcoolisées	1
Mayushan Foods	Boissons maltées et autres boissons chaudes	7
Shantou Aosida Foods	Boissons maltées et autres boissons chaudes	5
	Café	2
Budweiser Wuhan International Brewing	Bière	6
Harboes Bryggeri	Bière	6

Source des deux tableaux : Mintel, 2017.

Exemples de nouveaux produits

Pois zombi, orge perlé et poudre d'igname

ID d'enregistrement :	4513383
Entreprise :	Jinmofang Health Technology
Marque :	Jinmofang
Catégorie :	Boissons chaudes
Sous-catégorie :	Boisson maltée et autres boissons chaudes
Pays :	Chine
Pays de fabrication :	Chine
Statut d'importation :	Non importé
Nom du commerce :	Up Market
Type de commerce :	Supermarché
Adresse du magasin :	Wuhan 430072
Date de publication :	Déc. 2016
Source du produit :	Client
Type de lancement :	Nouveau produit
Prix en dollars US :	17,10 $
Code à barres :	6959105504248

Description du produit

Jinmofang Hong Dou Yi Mi Shan Yao Fen (pois zombi, orge perlé et poudre d'igname) est certifié selon le système de contrôle de la qualité (SCQ). Le produit instantané artisanal est offert dans un emballage de 500g contenant 20 unités de 25g portant le code QR WeChat.

Mélange de flocons d'avoine sain et nutritif

ID d'enregistrement :	4325019
Entreprise :	Nestlé
Marque :	Nestlé Nesvita
Catégorie :	Boissons chaudes
Sous-catégorie :	Boisson maltée et autres boissons chaudes
Pays :	Chine
Pays de fabrication :	Chine
Statut d'importation :	Non importé
Nom du commerce :	WEI DUO LI
Type de commerce :	Magasin à grande surface/hypermarché
Adresse du magasin :	HUHEHAOTE 010000
Date de publication :	Sept. 2016
Source du produit :	Client
Type de lancement :	Remise en marché
Prix en dollars US :	1,98 $
Code à barres :	6917878035802

Description du produit

Le produit Nestlé Nesvita Yan Mai Ying Yang Fu He Mai Pian (mélange de flocons d'avoine sain et nutritif) a été remis en marché avec une nouvelle formulation et un nouvel emballage. Il est composé de blé entier et d'avoine importée du Royaume-Uni et riche en fibres alimentaires. Selon le fabricant, les fibres alimentaires aident à assurer le fonctionnement normal du tractus gastro-intestinal. Ce produit peut être préparé en environ une minute et est offert dans un nouvel emballage de 250g contenant 10 unités de 25g et portant le code Weibo.

Bière noire au blé

ID d'enregistrement :	4315579
Entreprise :	Brauerei Simon
Distributeur :	Jia Si Te Trading
Marque :	Brauerei Simon
Catégorie :	Boissons alcoolisée
Sous-catégorie :	Bière
Pays :	Chine
Nom du commerce :	Metro
Type de commerce :	Magasin à grande surface/hypermarché
Adresse du magasin :	Cheng Du 610000
Date de publication	Sept. 2016
Source du produit :	Client
Type de lancement :	Nouvelle variété/nouveaux éléments de gamme
Prix en devises locales :	CNY93.80
Prix en dollars US :	14,06 $
Code à barres :	4001424001402

Description du produit

Le produit Brauerei Simon Xiao Mai Hei Pi Jiu (bière noire au blé) est importé d'Allemagne. Ce produit est offert dans un emballage de six canettes de 500ml contenant aussi un verre à bière gratuit.

Thé contenant de l'orge

ID d'enregistrement :	4087461
Entreprise :	Ming Feng Tea
Marque :	Hongenyan Mingbo
Catégorie :	Boissons chaudes
Sous-catégorie :	Thé
Pays :	Chine
Pays de fabrication :	Chine
Statut d'importation :	Non importé
Nom du commerce :	Carrefour
Type de commerce	Magasin à grande surface/hypermarché
Adresse du magasin :	Shanghai 200063
Date de publication :	Juin 2016
Source du produit :	Client
Type de lancement :	Nouvel emballage
Prix en dollars US :	1,04 $
Code à barres :	6933591913333

Description du produit

Le produit Hongenyan Mingbo Da Mai Cha (thé contenant de l'orge) est offert dans un tout nouvel emballage. Ce produit est maintenant disponible dans un nouvel emballage de 180g contenant 30 sachets de thé.

Pour un complément d'information

Les délégués commerciaux internationaux peuvent fournir à l'industrie canadienne une expertise sur le terrain concernant le potentiel de marché, les conditions actuelles et les contacts d'affaires locaux, et constituent un excellent point de contact pour obtenir des conseils en matière d'exportation.

- **Survol des Services des délégués commerciaux en Chine**
  www. http://deleguescommerciaux.gc.ca/china-chine

- **Trouver un délégué commercial**
  [http://deleguescommerciaux.gc.ca/trade-commissioner-delegue-commercial/search-recherche.aspx?lang=fra

Pour obtenir de plus amples renseignements à cet égard et sur d'autres marchés, consulter la collection complète des rapports d'analyse mondiale à la rubrique Statistiques et information sur les marchés, par secteur et région d'intérêt à l'adresse :

- ats-sea.agr.gc.ca.

Ressources

Global New Products Database (GNPD) de Mintel, 2017.

Série sur l'innovation des produits

Boissons en Chine
Rapport d'analyse mondiale

Préparé par : Ranna Bernard, Analyste de marché

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2017).

Mention de provenance
Les images figurant dans la présente publication sont reproduites avec la permission des titulaires des droits s'y rattachant. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada est titulaire des droits d'auteur de toutes ces images.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution ou pour proposer d'autres sujets ou marchés pour les rapports d'analyse mondiale, veuillez communiquer avec :
Agriculture et Agroalimentaire Canada, Analyse mondiale
1341, chemin Baseline, Tour 5, 3e étage
Ottawa (Ontario)
Canada, K1A 0C5
Courriel : MAS-SAM@agr.gc.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources de renseignements primaires et secondaires. Même s'il n'a ménagé aucun effort pour présenter des données exactes, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) n'assume aucune responsabilité à l'égard de toute mesure prise sur la base des renseignements contenus dans le présent document.

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en tout ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le titulaire du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du document – année. Lorsque la reproduction ou la redistribution inclut des données du présent document, elle doit aussi en indiquer les sources, telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

Restez branchés		Visitez notre collection en ligne de rapports publics pour de plus d'ingotmations à ce sujet et sur d'autres marchés.